





MANUAL ESPECÍFICO DE ORGANIZACIÓN

SUBDIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA

Xalapa, Ver., diciembre de 2012





Índice

Presentación	I
Antecedentes	II
Marco Jurídico	III
Atribuciones	IV
Estructura Orgánica	V
Descripción de Puestos	VI
Subdirector de Mercadotecnia	1
Jefe del Departamento de Patrocinios, Ingresos Propios y Cobranza	5
Ejecutivo de Cuenta.....	8
Analista de Cobranza.....	11
Ejecutivo de Proyectos de Comercialización de Productos y Servicios	14
Ejecutivo de Proyectos de Juegos Interactivos	17
Ejecutivo de Proyectos de Publicidad	20
Jefe de RTV Educación Continua	23
Directorio	VII
Firmas de Autorización	VIII



Presentación

En cumplimiento del artículo 40 de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave y en apego a la Metodología para la Elaboración de Manuales Administrativos, emitida por la Contraloría General del Estado se elabora el presente Manual Específico de Organización con el objeto de contar con un documento que defina las funciones de cada área que integra Radiotelevisión de Veracruz.

Derivado de lo anterior, el presente **Manual Específico de Organización de la Subdirección de Mercadotecnia**, tiene como objetivo contribuir a que el ejercicio de las atribuciones de la Subdirección se realice de una manera ágil, eficiente y transparente mediante la delimitación precisa de responsabilidades, ámbito de competencia y relaciones de coordinación entre las diversas áreas que conforman esta Entidad.

En este contexto, la información contenida en este documento, se ha estructurado de manera que facilite su consulta y apoyo a las actividades desarrolladas en cada área, para lo cual se consideran los siguientes rubros:

- ❖ **Antecedentes**, donde se describen los cambios organizacionales y funcionales que ha experimentado el Organismo desde su creación.
- ❖ **Marco Jurídico**, en el que se mencionan los documentos que norman su funcionamiento y el ejercicio de sus atribuciones.
- ❖ **Atribuciones**, donde se enumeran las facultades y responsabilidades encomendadas a la Subdirección de acuerdo al Reglamento Interior.
- ❖ **Estructura Orgánica**, que muestra las áreas que integran la Subdirección.
- ❖ **Descripción de Puestos**, apartado que contempla la identificación, las funciones y las relaciones de coordinación interna y externa.
- ❖ **Directorio**, que enlista los nombres de los servidores públicos de la Subdirección, desde el Subdirector hasta el Jefe de Departamento y Ejecutivo de Proyectos que corresponda.
- ❖ **Firmas de Autorización**, a través de las cuales se precisa la responsabilidad de cada área en la elaboración, revisión y autorización del documento.

La información que constituye este documento fue obtenida por un procedimiento que tiene dos modalidades: **a) indirecto**, a través del análisis del Reglamento Interior de Radiotelevisión de Veracruz, que determina las atribuciones que le corresponden a cada área organizacional y nivel jerárquico, así como de la información proporcionada por las áreas; **b) directo**, aplicación de cuestionarios a los diferentes niveles del área, lo cual permitió obtener datos para la elaboración de la descripción de los puestos, complementando con entrevistas directas al personal responsable de las áreas en cuestión.



Antecedentes

En el año de mil novecientos ochenta, por iniciativa del Gobernador del Estado, el Lic. Rafael Hernández Ochoa, se firma con el entonces Secretario de Comunicaciones y Transportes, Emilio Mújica Montoya, un convenio de concesión para la formación de un canal de televisión en el Estado de Veracruz.

El veintitrés de agosto del mismo año es publicada en la Gaceta Oficial del Estado la solicitud de expropiación del terreno ubicado en Cerro de Galaxia sin número, lugar en el que se establece el edificio de la televisora.

El seis de enero de mil novecientos ochenta sale al aire la primera señal de televisión generada en México por un canal de televisión cultural y educativo operado por el Gobierno de un Estado: XHGV TV MÁS, televisión de Veracruz, siendo Gobernador del Estado el Señor Rafael Hernández Ochoa. Corta el listón inaugural el entonces presidente de la República, Lic. José López Portillo.

El diecisiete de mayo de mil novecientos ochenta y siete la señal del canal sale del aire con la finalidad de remodelarse y cambiar de imagen. El dieciocho de junio del mismo año regresa la señal al aire, una vez remodelado el edificio y con la adquisición de equipo nuevo.

En enero de mil novecientos noventa y dos, se crea la Red Nacional de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales, Asociación Civil, de la que el canal es miembro fundador.

El siete de febrero del mil novecientos noventa y cuatro el canal deja de llamarse 4+ y a partir de entonces se llama TV MÁS, Televisión de Veracruz.

Con la toma de posesión, el 1ro. de diciembre de mil novecientos noventa y ocho del Lic. Miguel Alemán Velazco como Gobernador del Estado de Veracruz, se nombra Director General al periodista Miguel A. Sánchez de Armas.

Bajo su dirección, TV MÁS cambia su programación y se inicia la modernización tecnológica y de transmisión del canal. Por otra parte, gestiona la desincorporación de TV MÁS de la entonces Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del Estado.

El diecinueve de marzo de mil novecientos noventa y nueve mediante decreto expedido por el Gobernador del Estado, Miguel Alemán Velazco, se crea el Organismo Público Descentralizado Radiotelevisión de Veracruz, decreto publicado en la Gaceta Oficial del Estado el día veinte de mismo mes y año.

Con fecha once de marzo de dos mil ocho mediante mandato expedido por el C. Gobernador del Estado, Fidel Herrera Beltrán se publica en la Gaceta Oficial el Decreto que reforma y adiciona el diverso por el que se crea el Organismo Público Descentralizado Radiotelevisión de Veracruz, siendo Director General el Lic. David Cuevas García.

Asimismo, el dos de diciembre de dos mil once, la Junta de Gobierno autoriza el nuevo Reglamento Interior de Radiotelevisión de Veracruz, en el cual se manifiesta la reestructuración orgánica llevada a cabo en el Organismo, bajo la dirección del Lic. Juan Octavio Pavón González, con la finalidad de atender las demandas de la sociedad veracruzana y las directrices de gobierno que encabeza el Gobernador del Estado, Dr. Javier Duarte de Ochoa.



Marco jurídico

En el ámbito Federal:

- ❖ Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- ❖ Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.
- ❖ Ley Federal de Radio y Televisión.
- ❖ Ley de la Propiedad Industrial.
- ❖ Ley Federal de Juegos y Sorteos.
- ❖ Ley Federal del Derecho de Autor.
- ❖ Ley Federal del Trabajo.
- ❖ Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos.
- ❖ Ley Federal de Telecomunicaciones.
- ❖ Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.
- ❖ Ley General de Salud.
- ❖ Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en Materia de Concesiones, Permisos y Contenido de las Transmisiones de Radio y Televisión.
- ❖ Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial.
- ❖ Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor.
- ❖ Reglamento de la Ley Federal de Juegos y Sorteos.
- ❖ Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.
- ❖ Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral.
- ❖ Reglamento del Instituto Federal Electoral en Materia de Propaganda Institucional y Político Electoral de Servidores Públicos.
- ❖ Contrato Ley de la Industria de la Radio y la Televisión.

En el ámbito Estatal:

- ❖ Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Veracruz de Ignacio de la Llave.
- ❖ Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.



Marco jurídico

- ❖ Ley de Educación para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.
- ❖ Ley de Salud del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.
- ❖ Ley de Protección Civil para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.
- ❖ Ley de Fomento a las Actividades de Desarrollo Social de las Organizaciones Civiles para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.
- ❖ Ley de Responsabilidades de los Servidores Públicos para el Estado Libre y Soberano de Veracruz de Ignacio de la Llave.
- ❖ Ley de Fiscalización Superior para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.
- ❖ Ley de Planeación del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.
- ❖ Ley de Adquisiciones, Arrendamientos, Administración y Enajenación de Bienes Muebles del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.
- ❖ Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.
- ❖ Código Electoral para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.
- ❖ Código Financiero para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.
- ❖ Código de Procedimientos Administrativos para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.
- ❖ Decreto que crea el Organismo Público Descentralizado Radiotelevisión de Veracruz.
- ❖ Decreto que reforma y adiciona el diverso por el que se crea el Organismo Público Descentralizado Radiotelevisión de Veracruz.
- ❖ Reglamento Interior del Comité para las Adquisiciones y Obras Públicas del Gobierno del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.
- ❖ Reglamento Interior de Radiotelevisión de Veracruz.
- ❖ Plan Veracruzano de Desarrollo 2011-2016.
- ❖ Contrato Colectivo de Trabajo celebrado entre Radiotelevisión de Veracruz y el Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radiodifusión, Televisión, Similares y Conexos de la República Mexicana.
- ❖ Acuerdo por el que se adopta el Estándar Tecnológico de Televisión Digital Terrestre y se establece la política para la transición a la Televisión Digital Terrestre en México.
- ❖ Las demás relativas y que resulten aplicables.

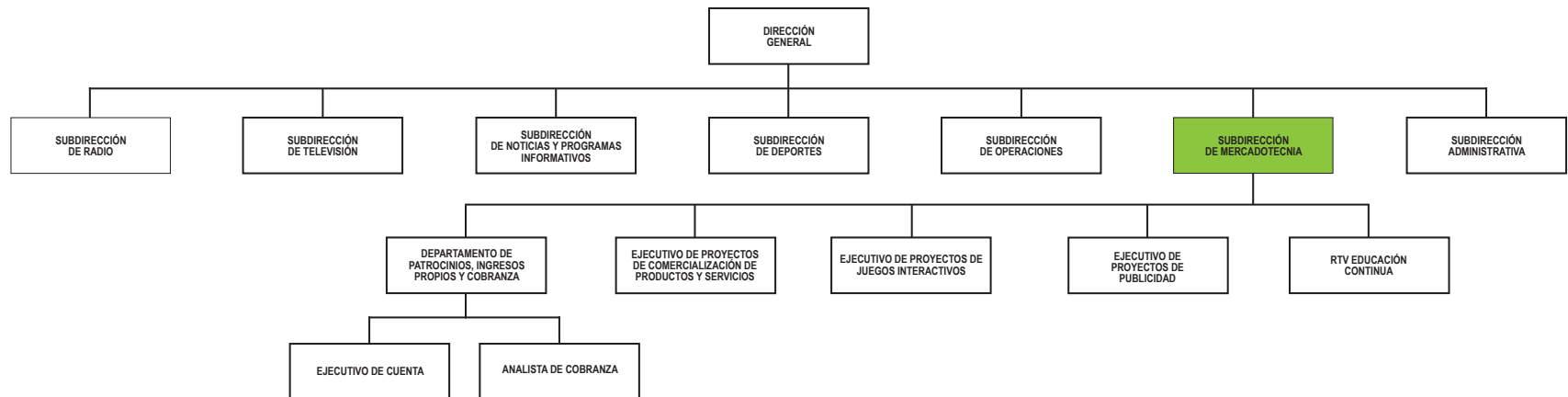


Atribuciones

De acuerdo al artículo 18 del Reglamento Interior de Radiotelevisión de Veracruz publicado en la Gaceta Oficial Núm. Ext. 234 del día lunes 16 de julio de 2012, son atribuciones del Subdirector de Mercadotecnia las siguientes:

- I. Acordar con el Director General, los asuntos encomendados a la Subdirección a su cargo;
- II. Colaborar con los demás Subdirectores de acuerdo con las instrucciones del Director General para un trabajo eficiente;
- III. Planear, programar, organizar, dirigir y evaluar las actividades de su adscripción conforme a los Manuales de Organización y Procedimientos y según las disposiciones del Director General;
- IV. Establecer el plan estratégico de mercadotecnia en el Organismo, acorde con los objetivos organizacionales y cumpliendo con la normatividad aplicable;
- V. Realizar las investigaciones de mercado y coordinar las estrategias organizacionales;
- VI. Efectuar los procedimientos y las mecánicas necesarias para la realización de juegos interactivos en medios electrónicos;
- VII. Dar seguimiento a los contratos y convenios concertados por el Organismo para la obtención de ingresos propios, a fin de cumplir lo pactado dentro de los mismos y que los patrocinios se transmitan en los programas, cantidad y horarios convenidos;
- VIII. Solicitar la intervención de la Unidad Jurídica, para la recuperación de pagos vencidos de los contratos y/o convenios celebrados, una vez agotada su gestión de cobro;
- IX. Vigilar que el contenido de patrocinios o menciones, en radio o televisión, no contravenga disposiciones legales;
- X. Informar a la Subdirección Administrativa los ingresos obtenidos por los patrocinios y la comercialización de los productos y servicios, en cumplimiento a lo previsto en el Reglamento de Ingresos Propios del Organismo;
- XI. Promover y diseñar de manera conjunta con la Subdirección Administrativa, los programas de capacitación y adiestramiento del personal del Organismo a fin de promover su mejora continua;
- XII. Planear, diseñar y ejecutar talleres y cursos de capacitación que permitan generar ingresos propios al Organismo;
- XIII. Someter a consideración del Director General, proyectos de cursos de capacitación para personas externas, con el propósito de conseguir ingresos propios;
- XIV. Formular el anteproyecto de presupuesto de egresos y el programa operativo anual de su Subdirección, así como los de las áreas de su responsabilidad para el eficaz desarrollo de las funciones encomendadas;
- XV. Obtener convenios con otros medios de comunicación para difundir al Organismo, posesionando y promoviendo sus productos y servicios; y,
- XVI. Las demás que les sean conferidas por el Director General, las leyes y reglamentos.

Estructura orgánica





DESCRIPCIÓN DE PUESTOS



Identificación

Nombre del puesto: Subdirector de Mercadotecnia.

Jefe inmediato: Director General.

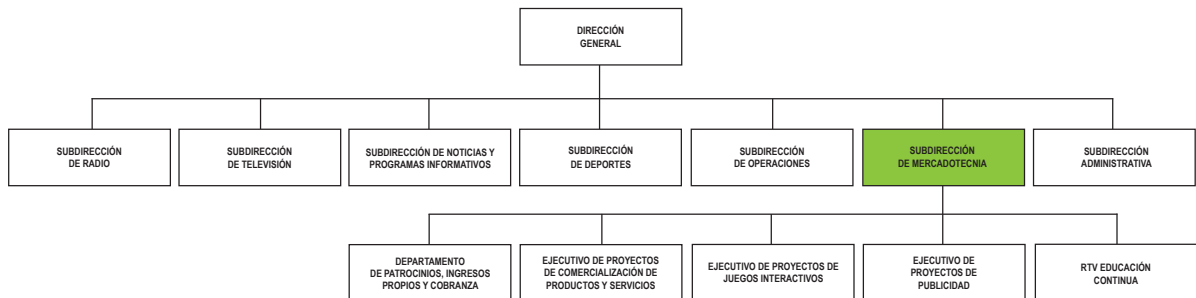
Subordinados inmediatos: Jefe del Departamento de Patrocinios, Ingresos Propios y Cobranza.
Ejecutivo de Proyectos de Comercialización de Productos y Servicios.
Ejecutivo de Proyectos de Juegos Interactivos.
Ejecutivo de Proyectos de Publicidad.
Jefe de RTV Educación Continua.

Suplencia en caso de ausencia temporal: El servidor público que designe el Director General de Radiotelevisión de Veracruz.

Descripción general

El titular de este puesto es responsable de posicionar al Organismo, así como sus productos y servicios en el mercado correspondiente, mediante una efectiva labor de mercadotecnia.

Ubicación en la estructura orgánica



Fecha		Elaboró	Revisó	Autorizó
Elaboración	Autorización	Subdirección Administrativa	Dirección General	Junta de Gobierno
Agosto 2012	Diciembre 2012			



Funciones

1. Definir el plan estratégico de Mercadotecnia en el Organismo, acorde con los objetivos organizacionales, a fin de llevar a cabo un efectivo mercadeo.
2. Analizar y determinar la rentabilidad de los diferentes productos y servicios que ofrece el Organismo, para coadyuvar en la toma de decisiones.
3. Diseñar el Plan Anual de Ingresos Propios del Organismo, a efecto de someterlo a visto bueno del Director General y aprobación de la Junta de Gobierno.
4. Coordinar las estrategias organizacionales para la obtención de patrocinios, a fin de captar ingresos propios para el Organismo.
5. Supervisar la elaboración de investigaciones de mercado, a fin de conocer los clientes potenciales del Organismo.
6. Verificar el correcto mercadeo de los productos y servicios del Organismo, con el objeto de posicionarlo y atraer ingresos propios al mismo.
7. Analizar el comportamiento de la demanda de los diferentes productos y servicios que presta el Organismo, a fin de estimar las valoraciones respectivas.
8. Proponer al Director General, los mecanismos necesarios para posicionar al Organismo dentro y fuera del territorio estatal, a fin de elevar los niveles de aceptación del mismo.
9. Coordinar mecánicas de juegos interactivos en medios electrónicos, para generar la participación ciudadana en las actividades del Organismo.
10. Identificar, analizar y aplicar alternativas para penetrar en el mercado mediante la introducción de nuevos productos y/o servicios, a fin de diversificar las opciones del cliente.
11. Realizar el seguimiento oportuno a los contratos y convenios llevados a cabo por el Organismo en el ámbito de su competencia, a fin de dar cumplimiento a lo acordado.
12. Dar seguimiento a los patrocinios pactados, a fin de transmitirlos en los programas, cantidad y horarios contratados o convenidos.
13. Requerir al área que corresponda del Organismo, las producciones necesarias para los clientes cuando así lo soliciten los mismos, a fin de cumplir sus requerimientos.
14. Solicitar a la Subdirección Administrativa la emisión de las facturas para el cobro de los contratos y/o convenios respectivos en tiempo y forma, previa presentación de los documentos para la facturación correspondiente.
15. Gestionar la intervención de la Unidad Jurídica en la recuperación de pagos vencidos por contratos o convenios celebrados, anexando la documentación soporte de las acciones realizadas, así como para validar el contenido a publicar de algún patrocinio o mención en televisión o radio, a fin de salvaguardar los intereses del Organismo.
16. Proponer al Director General, la realización de eventos especiales para comercializar los productos y servicios del Organismo de acuerdo a las diferentes temporadas.



Funciones

17. Solicitar al área correspondiente del Organismo, las copias y/o transfers de material videográfico, con el objeto de otorgarlo a la instancia solicitante de acuerdo a lo convenido.
18. Proponer, en coordinación con la Subdirección Administrativa, cursos de capacitación para el personal del Organismo, a fin de obtener la autorización del Director General y promover la mejora continua del mismo.
19. Proponer a su jefe inmediato, cursos y talleres de capacitación a ofertar por el Organismo, con el propósito de obtener ingresos propios.
20. Coordinar las campañas de publicidad en los medios impresos y electrónicos, con el objeto de promover y difundir la barra programática, actividades y/o eventos especiales del Organismo.
21. Gestionar convenios con otros medios de comunicación, con la finalidad de promover los productos y servicios del Organismo, así como posicionarlo en el ámbito nacional e internacional.
22. Coordinar con la Unidad Jurídica, la elaboración y/o modificación del Reglamento de Ingresos Propios del Organismo, a fin de someterlo a visto bueno del Director General y autorización de la Junta de Gobierno.
23. Notificar a la Subdirección Administrativa los ingresos propios obtenidos por los patrocinios y la comercialización de los productos y servicios, a fin de entregar el reporte correspondiente al Director General y cumplir con lo previsto en el Reglamento de Ingresos propios del Organismo.
24. Revisar y analizar los contratos y/o convenios realizados por el personal a su cargo, a fin de otorgar su visto bueno.
25. Verificar que las actividades desarrolladas por el personal a su cargo cumplan con la normatividad en la materia, para garantizar en este aspecto seguridad jurídica en el Organismo.
26. Vigilar que las actividades de su área se realicen en apego a los Manuales Administrativos establecidos y al Reglamento Interior del Organismo, a fin de dar cumplimiento al marco normativo del mismo.
27. Participar dentro del ámbito de su competencia, en la integración del proyecto del Presupuesto de Egresos del Organismo y en la elaboración de los indicadores de gestión, a fin de realizar la debida planeación en el área a su cargo y lograr los objetivos planteados.
28. Informar a la Subdirección Administrativa, cuando así corresponda, el avance de cumplimiento de las metas establecidas en los indicadores de gestión, con el objeto de presentar los informes respectivos en tiempo y forma.
29. Realizar las actividades inherentes al puesto y todas aquellas que le sean encomendadas por instancias superiores.



Coordinación interna	
CON	PARA
<ol style="list-style-type: none"> 1. El Director General. 2. Las Subdirecciones de Radio, Televisión, Noticias y Programas Informativos y Deportes. 3. La Subdirección Administrativa. 4. La Unidad Jurídica. 5. Los subordinados. 6. Las diversas áreas que integran el Organismo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir instrucciones, solicitar autorizaciones, proporcionar información y coordinar actividades. 2. Coordinar la inserción de pautas acorde al contrato o convenio establecido. 3. Apoyar en la integración del proyecto del Presupuesto de Egresos del Organismo e indicadores de gestión, gestionar los recursos necesarios para el funcionamiento del área, así como solicitar la autorización de los contratos y/o convenios realizados, como representante legal del Organismo. 4. Coordinar la elaboración de los contratos o convenios y analizar la situación legal de los mismos, así como del contenido en los promocionales de la radio y la televisión. 5. Proporcionar instrucciones, solicitar información y supervisar las actividades asignadas. 6. Solicitar y proporcionar información, y apoyo para el logro de los objetivos establecidos, así como coordinar actividades y planes de acción.
Coordinación externa	
CON	PARA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Las instancias gubernamentales y privadas. 2. Los medios de comunicación. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ofrecer los productos y servicios del Organismo. 2. Posicionar y difundir los eventos del Organismo.



Identificación

Nombre del puesto: Jefe del Departamento de Patrocinios, Ingresos Propios y Cobranza.

Jefe inmediato: Subdirector de Mercadotecnia.

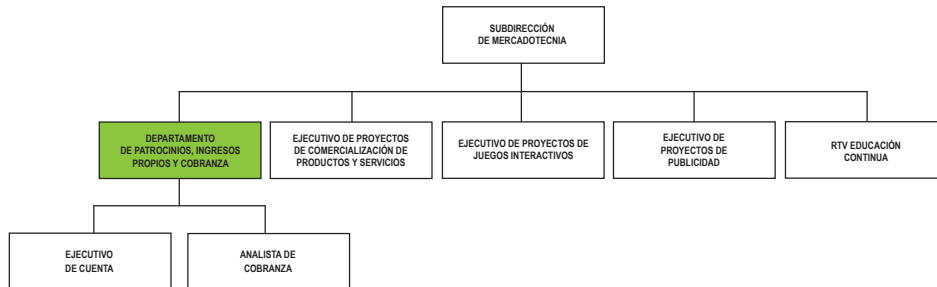
Subordinados inmediatos: Ejecutivo de Cuenta.
Analista de Cobranza.

Suplencia en caso de ausencia temporal: El servidor público que designe el Subdirector de Mercadotecnia, previo acuerdo con el Director General de Radiotelevisión de Veracruz.

Descripción general

El titular de este puesto es responsable de desarrollar los mecanismos correspondientes para la obtención de patrocinios, registrar los ingresos obtenidos por los mismos, así como realizar la respectiva cobranza cuando sea necesaria.

Ubicación en la estructura orgánica



Fecha		Elaboró	Revisó	Autorizó
Elaboración	Autorización	Subdirección Administrativa	Dirección General	Junta de Gobierno
Agosto 2012	Diciembre 2012			



Funciones

1. Proponer al Subdirector de Mercadotecnia, las estrategias organizacionales para incrementar el número de patrocinios, con el objeto de obtener ingresos propios para el Organismo.
2. Coordinar las investigaciones de mercado llevadas a cabo, con la finalidad de detectar los clientes potenciales del Organismo.
3. Coordinar la elaboración de los contratos y convenios que se lleven a cabo con los patrocinadores, a fin de obtener el visto bueno de su jefe inmediato.
4. Contactar a las diferentes instancias gubernamentales e iniciativa privada, a fin de promocionar las acciones, eventos, productos y/o servicios que ofrece el Organismo.
5. Revisar los diferentes tipos de contratos y convenios efectuados con los patrocinadores, a fin de validar que el objeto, monto y/o intercambio en los mismos sea el correcto.
6. Supervisar la elaboración de las pautas competentes a insertar en los espacios radio-televisivos del Organismo, con la finalidad de cumplir en tiempo y forma con lo pactado con el cliente respectivo.
7. Proponer al Subdirector de Mercadotecnia diferentes tipos de paquetes de patrocinio, con el objeto de ofrecerlos a las instancias gubernamentales y privadas, e incrementar los convenios derivados de los mismos.
8. Registrar y dar seguimiento a los ingresos derivados de los patrocinios obtenidos, a fin de detectar los incumplimientos y realizar la cobranza correspondiente.
9. Promover la obtención de ingresos propios en las áreas del Organismo, a fin de ofertar los productos del mismo y cumplir con la meta establecida.
10. Participar dentro del ámbito de su competencia, en la integración del proyecto del Presupuesto de Egresos del Organismo y en la elaboración de los indicadores de gestión, a fin de realizar la debida planeación en el área a su cargo y lograr los objetivos planteados.
11. Realizar las actividades inherentes al puesto y todas aquellas que le sean encomendadas por instancias superiores.



Coordinación interna	
CON	PARA
<ol style="list-style-type: none"> 1. El Subdirector de Mercadotecnia. 2. La Subdirección de Noticias y Programas Informativos. 3. Las Subdirecciones de Televisión y Radio. 4. La Unidad Jurídica. 5. Los subordinados. 6. Las diversas áreas que integran el Organismo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir instrucciones, solicitar autorizaciones, proporcionar información y coordinar actividades. 2. Obtener la autorización de inserción de notas informativas, entrevistas y/o menciones dentro de las emisiones de los noticieros. 3. Coordinar la inserción de spots promocionales. 4. Coordinar la elaboración de los contratos o convenios entre el Patrocinador y el Organismo, así como obtener el visto bueno en el contenido de los spots y cintillos de los productos promocionales. 5. Proporcionar instrucciones, solicitar información y supervisar las actividades asignadas. 6. Solicitar y proporcionar información para el logro de los objetivos establecidos, así como coordinar actividades.
Coordinación externa	
CON	PARA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Las instancias gubernamentales y privadas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ofrecer patrocinios, firma de contratos o convenios, facturación y cobranza.



Identificación

Nombre del puesto: Ejecutivo de Cuenta.

Jefe inmediato: Jefe del Departamento de Patrocinios, Ingresos Propios y Cobranza.

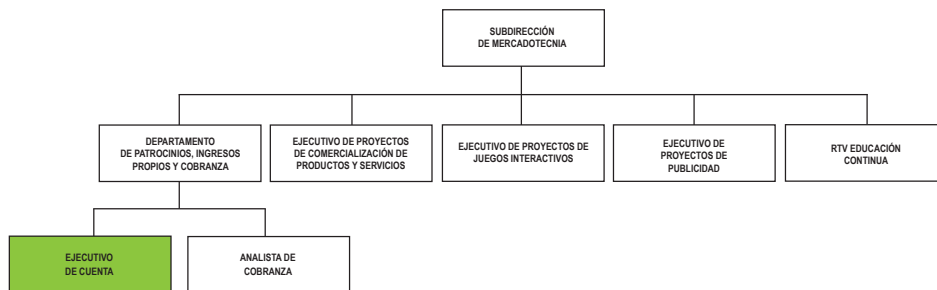
Subordinados inmediatos: Ninguno.

Suplencia en caso de ausencia temporal: El servidor público que designe el Subdirector de Mercadotecnia, previo acuerdo con el Director General de Radiotelevisión de Veracruz.

Descripción general

El titular de este puesto es responsable de elaborar en coordinación con su jefe inmediato las estrategias organizacionales para la obtención de patrocinios; así como de ofrecer los productos y servicios del Organismo a las instancias gubernamentales y privadas.

Ubicación en la estructura orgánica



Fecha		Elaboró	Revisó	Autorizó
Elaboración	Autorización	Subdirección Administrativa	Dirección General	Junta de Gobierno
Agosto 2012	Diciembre 2012			



Funciones

1. Elaborar en coordinación con su jefe inmediato las estrategias organizacionales para la obtención de patrocinios, con el objeto de presentar la propuesta al Subdirector de Mercadotecnia.
2. Realizar las investigaciones de mercado que le sean asignadas para detectar los clientes potenciales del Organismo.
3. Ofrecer los productos y servicios del Organismo a las instancias gubernamentales y privadas, a fin de obtener patrocinios.
4. Negociar con los clientes los paquetes de patrocinio ofrecidos por el Organismo, con el objeto de brindar un producto o servicio de acuerdo a las necesidades del mismo.
5. Recabar la documentación y los datos de los patrocinadores del Organismo, con el objeto de elaborar el contrato o la hoja de servicio según corresponda.
6. Mantener contacto con los clientes del Organismo, a fin de satisfacer los requerimientos de acuerdo al contrato establecido.
7. Completar los formatos de las pautas a insertar en los espacios radio-televisivos del Organismo, con la finalidad de obtener su autorización y turnarlos al área del Organismo que corresponda.
8. Desarrollar propuestas de paquetes de patrocinio, con el objeto de obtener el visto bueno de su jefe inmediato y presentarlas ante los clientes respectivos.
9. Realizar las actividades inherentes al puesto y todas aquellas que le sean encomendadas por instancias superiores.



Coordinación interna	
CON	PARA
<ol style="list-style-type: none"> 1. El Jefe del Departamento de Patrocinios, Ingresos Propios y Cobranza. 2. Las diversas áreas que integran el Organismo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir instrucciones, solicitar autorizaciones, proporcionar información y coordinar actividades. 2. Solicitar y proporcionar información para el logro de los objetivos establecidos, así como coordinar actividades.
Coordinación externa	
CON	PARA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Las instancias gubernamentales y privadas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ofrecer patrocinios y firma de contratos o convenios.



Identificación

Nombre del puesto: Analista de Cobranza.

Jefe inmediato: Jefe del Departamento de Patrocinios, Ingresos Propios y Cobranza.

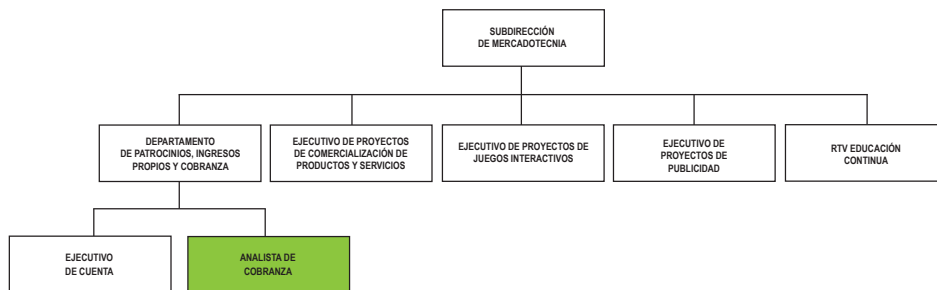
Subordinados inmediatos: Ninguno.

Suplencia en caso de ausencia temporal: El servidor público que designe el Subdirector de Mercadotecnia, previo acuerdo con el Director General de Radiotelevisión de Veracruz.

Descripción general

El titular de este puesto es responsable de efectuar la cobranza a las instancias gubernamentales y privadas que correspondan; así como de mantener un control de las cobranzas efectuadas y por efectuar.

Ubicación en la estructura orgánica



Fecha		Elaboró	Revisó	Autorizó
Elaboración	Autorización	Subdirección Administrativa	Dirección General	Junta de Gobierno
Agosto 2012	Diciembre 2012			



Funciones

1. Efectuar la cobranza a las instancias gubernamentales y privadas que correspondan, con el objeto de recabar los ingresos atrasados.
2. Preparar y verificar que la documentación para efectuar las cobranzas en el ámbito de su competencia sea la correcta, con la finalidad de proporcionar datos confiables al cliente.
3. Mantener un control de las cobranzas efectuadas y por efectuar, a fin de organizar las visitas a los clientes que correspondan.
4. Desarrollar propuestas de cobranza a su jefe inmediato, con la finalidad de establecer políticas que coadyuven al pago de los clientes respectivos.
5. Realizar las actividades inherentes al puesto y todas aquellas que le sean encomendadas por instancias superiores.



Coordinación interna	
CON	PARA
<ol style="list-style-type: none"> 1. El Jefe del Departamento de Patrocinios, Ingresos Propios y Cobranza. 2. Las diversas áreas que integran el Organismo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir instrucciones, solicitar autorizaciones, proporcionar información y coordinar actividades. 2. Solicitar y proporcionar información para el logro de los objetivos establecidos, así como coordinar actividades.
Coordinación externa	
CON	PARA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Las instancias gubernamentales y privadas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar la cobranza que corresponda.



Identificación

Nombre del puesto: Ejecutivo de Proyectos de Comercialización de Productos y Servicios.

Jefe inmediato: Subdirector de Mercadotecnia.

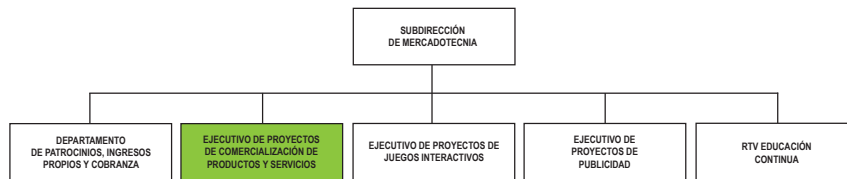
Subordinados inmediatos: Ninguno.

Suplencia en caso de ausencia temporal: El servidor público que designe el Subdirector de Mercadotecnia, previo acuerdo con el Director General de Radiotelevisión de Veracruz.

Descripción general

El titular de este puesto es responsable de la evaluación, seguimiento y control de la comercialización de los productos y servicios ofrecidos por el Organismo.

Ubicación en la estructura orgánica



Fecha		Elaboró	Revisó	Autorizó
Elaboración	Autorización	Subdirección Administrativa	Dirección General	Junta de Gobierno
Agosto 2012	Diciembre 2012			



Funciones

1. Planificar con el Subdirector de Mercadotecnia, las estrategias de mercadeo de los productos y servicios del Organismo, con la finalidad de definir los objetivos y las metas correspondientes.
2. Realizar el mercadeo de los productos y servicios del Organismo en las diferentes instancias gubernamentales y privadas, a fin de obtener ingresos propios.
3. Realizar estudios de mercado que permitan conocer las condiciones del entorno (socioeconómicas, demográficas, cambios culturales y tecnológicos, etc.), a fin de identificar las necesidades de los clientes potenciales y en su caso, lanzar nuevos productos y/o servicios.
4. Dirigir y presentar estudios, análisis y proyectos relacionados con la actividad de mercadeo del Organismo, con el objeto de determinar las líneas de acción.
5. Crear propuestas de venta y presentarlas a su jefe inmediato, a fin de hacer el producto y/o servicio atractivo al cliente.
6. Proponer innovar los productos y servicios del Organismo, con el objeto de ofrecer mejores beneficios al usuario final.
7. Registrar los ingresos facturados por el mercadeo de los productos y servicios del Organismo, con el propósito de entregar los reportes correspondientes a su jefe inmediato.
8. Realizar el seguimiento correspondiente al estatus de los clientes, con el objeto de atender reclamaciones e incidencias, en su caso.
9. Coordinar la elaboración de los contratos y convenios que se lleven a cabo por el mercadeo de productos y servicios, a fin de obtener el visto bueno de su jefe inmediato.
10. Participar dentro del ámbito de su competencia, en la integración del proyecto del Presupuesto de Egresos del Organismo y en la elaboración de los indicadores de gestión, a fin de realizar la debida planeación en el área a su cargo y lograr los objetivos planteados.
11. Realizar las actividades inherentes al puesto y todas aquellas que le sean encomendadas por instancias superiores.



Coordinación interna	
CON	PARA
<ol style="list-style-type: none"> 1. El Subdirector de Mercadotecnia. 2. Las Subdirecciones de Televisión y Radio. 3. El Jefe de la Unidad Jurídica. 4. Las diversas áreas que integran el Organismo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir instrucciones, solicitar autorizaciones, proporcionar información y coordinar actividades. 2. Promover los productos y servicios que ofrece el Organismo. 3. Coordinar la elaboración de los contratos y/o convenios por la comercialización de productos y servicios. 4. Solicitar y proporcionar información para el logro de los objetivos establecidos, así como coordinar actividades.
Coordinación externa	
CON	PARA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Las instancias gubernamentales y privadas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promover los productos y servicios del Organismo.



Identificación

Nombre del puesto: Ejecutivo de Proyectos de Juegos Interactivos.

Jefe inmediato: Subdirector de Mercadotecnia.

Subordinados inmediatos: Ninguno.

Suplencia en caso de ausencia temporal: El servidor público que designe el Subdirector de Mercadotecnia, previo acuerdo con el Director General de Radiotelevisión de Veracruz.

Descripción general

El titular de este puesto es responsable de captar la atención de la población e incrementar la participación de la audiencia del Organismo, mediante la difusión de información en medios digitales, desarrollo de juegos interactivos y publicaciones en las redes sociales oficiales del Organismo.

Ubicación en la estructura orgánica



Fecha		Elaboró	Revisó	Autorizó
Elaboración	Autorización	Subdirección Administrativa	Dirección General	Junta de Gobierno
Agosto 2012	Diciembre 2012			



Funciones

1. Implementar y proponer a su jefe inmediato, las mecánicas a desarrollar en los diversos medios de comunicación de concursos, juegos y/o eventos del Organismo, a fin atraer la atención del público.
2. Definir la mecánica de los juegos y concursos, así como la estrategia de promoción a realizar en los diversos medios de comunicación, con el objeto de empezar con la publicidad de los mismos.
3. Monitorear el comportamiento de los concursos y eventos efectuados, a fin de detectar áreas de oportunidad y realizar las adecuaciones pertinentes.
4. Supervisar que las cuentas electrónicas y la página web del Organismo estén debidamente actualizadas, con el objeto de mantener oportunamente informada a la sociedad, respondiendo sus dudas, inquietudes o quejas.
5. Coordinar con la Unidad Jurídica los trámites a realizar para el desarrollo de los concursos, a fin de dar legitimidad a los mismos.
6. Proponer a su jefe inmediato las estrategias de difusión mediante la página web del Organismo, con el objeto de incrementar el número de visitantes y evaluar el rendimiento de la misma.
7. Gestionar la generación de spots en la radio y televisión del Organismo, a fin de difundir los concursos y/o eventos programados.
8. Analizar las tendencias tecnológicas, a fin de utilizarlas para difundir los concursos, juegos y/o eventos del Organismo.
9. Coordinar la elaboración de los contratos y convenios que se lleven a cabo por las actividades inherentes a su puesto, a fin de obtener el visto bueno de su jefe inmediato.
10. Coordinar con el Jefe del Departamento de Patrocinios, Ingresos Propios y Cobranza la obtención de patrocinios que permitan el desarrollo de los juegos interactivos.
11. Gestionar ante las áreas del Organismo y ante las instancias correspondientes, las actividades a desempeñar por el Club de la Galaxia, a fin de satisfacer las expectativas de los niños del club.
12. Participar dentro del ámbito de su competencia, en la integración del proyecto del Presupuesto de Egresos del Organismo y en la elaboración de los indicadores de gestión, a fin de realizar la debida planeación en el área a su cargo y lograr los objetivos planteados.
13. Realizar las actividades inherentes al puesto y todas aquellas que le sean encomendadas por instancias superiores.



Coordinación interna	
CON	PARA
<ol style="list-style-type: none"> 1. El Subdirector de Mercadotecnia. 2. Las Subdirecciones de Radio, Televisión, Noticias y Programas Informativos, y Deportes. 3. El Jefe de la Unidad Jurídica. 4. Las diversas áreas que integran el Organismo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir instrucciones, solicitar autorizaciones, proporcionar información y coordinar actividades. 2. Supervisar la actualización de los contenidos de las cuentas electrónicas del Organismo. 3. Revisar los trámites y permisos legales correspondientes a los concursos y coordinar la elaboración de los contratos y/o convenios gestionados. 4. Solicitar y proporcionar información para el logro de los objetivos establecidos, así como coordinar actividades.
Coordinación externa	
CON	PARA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Las Empresas de Comunicación Electrónica. 2. Las Empresas de Servicios Móviles. 3. Las Empresas de Marketing Digital. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Coordinar actividades en redes sociales. 2. Implementar servicios y realizar el seguimiento oportuno a los mismos. 3. Promocionar digitalmente eventos y servicios.



Identificación

Nombre del puesto: Ejecutivo de Proyectos de Publicidad.

Jefe inmediato: Subdirector de Mercadotecnia.

Subordinados inmediatos: Ninguno.

Suplencia en caso de ausencia temporal: El servidor público que designe el Subdirector de Mercadotecnia, previo acuerdo con el Director General de Radiotelevisión de Veracruz.

Descripción general

El titular de este puesto es responsable de definir y difundir la imagen publicitaria a comunicar en el mercado, así como de convencer al cliente con la misma, logrando posicionar al Organismo con el contenido de su barra de programación.

Ubicación en la estructura orgánica



Fecha		Elaboró	Revisó	Autorizó
Elaboración	Autorización	Subdirección Administrativa	Dirección General	Junta de Gobierno
Agosto 2012	Diciembre 2012			



Funciones

1. Proponer a su jefe inmediato, las campañas de publicidad a efectuar en los medios impresos y electrónicos, con la finalidad de obtener la autorización correspondiente.
2. Realizar y coordinar las campañas de publicidad del Organismo, a fin de dar a conocer al mismo, así como sus productos y servicios.
3. Identificar los medios publicitarios que serán utilizados para promover los diferentes productos y servicios que ofrece el Organismo, a fin de realizar la propuesta de difusión correspondiente.
4. Coordinar las pautas de publicidad con los medios impresos, con el objeto de dar cumplimiento a los convenios establecidos.
5. Realizar los análisis publicitarios correspondientes, con el propósito de establecer el tipo de material publicitario a utilizar y especificar la zona geográfica donde serán distribuidos.
6. Analizar las tendencias vanguardistas en publicidad, con el objeto de llevar a cabo un efectivo mercadeo.
7. Coordinar la elaboración de los contratos y convenios que se lleven a cabo por las actividades inherentes a su puesto, a fin de obtener el visto bueno de su jefe inmediato.
8. Participar dentro del ámbito de su competencia, en la integración del proyecto del Presupuesto de Egresos del Organismo y en la elaboración de los indicadores de gestión, a fin de realizar la debida planeación en el área a su cargo y lograr los objetivos planteados.
9. Realizar las actividades inherentes al puesto y todas aquellas que le sean encomendadas por instancias superiores.



Coordinación interna	
CON	PARA
<ol style="list-style-type: none"> 1. El Subdirector de Mercadotecnia. 2. La Subdirección de Operaciones. 3. Las Subdirecciones de Radio y Televisión. 4. La Subdirección de Noticias y Programas Informativos. 5. La Unidad Jurídica. 6. Las diversas áreas que integran el Organismo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir instrucciones, solicitar autorizaciones, proporcionar información y coordinar actividades. 2. Solicitar los diseños correspondientes a utilizar en las campañas publicitarias. 3. Solicitar apoyo para la difusión de las campañas publicitarias. 4. Solicitar visto bueno para realizar convenios con los medios impresos. 5. Coordinar la realización de contratos y convenios con medios de comunicación u otras instancias. 6. Solicitar y proporcionar información para el logro de los objetivos establecidos, así como coordinar actividades.
Coordinación externa	
CON	PARA
<ol style="list-style-type: none"> 1. La Coordinación General de Comunicación Social del Estado de Veracruz. 2. Los diferentes medios impresos y electrónicos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Solicitar el apoyo de espacios para colocar espectaculares referentes a las actividades del Organismo, así como su respectiva instalación. 2. Coordinar la difusión de las campañas de publicidad y su respectivo pautaaje.



Identificación

Nombre del puesto: Jefe de RTV Educación Continua.

Jefe inmediato: Subdirector de Mercadotecnia.

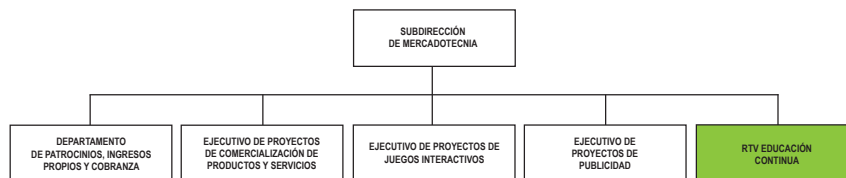
Subordinados inmediatos: Ninguno.

Suplencia en caso de ausencia temporal: El servidor público que designe el Subdirector de Mercadotecnia, previo acuerdo con el Director General de Radiotelevisión de Veracruz.

Descripción general

El titular de este puesto es responsable de elaborar programas de capacitación a ofrecer en instituciones gubernamentales y privadas, así como de generar oportunidades educativas para que el personal del Organismo pueda continuar su formación profesional.

Ubicación en la estructura orgánica



Fecha		Elaboró	Revisó	Autorizó
Elaboración	Autorización	Subdirección Administrativa	Dirección General	Junta de Gobierno
Agosto 2012	Diciembre 2012			



Funciones

1. Elaborar y proponer al Subdirector de Mercadotecnia, los programas de capacitación y talleres a ofrecer en las instituciones públicas y privadas, a fin de obtener ingresos propios para el Organismo.
2. Analizar las tendencias en las ciencias de la comunicación, a fin de detectar oportunidades y satisfacer las necesidades de los clientes.
3. Determinar la temática a desarrollar en los diferentes cursos a efectuar, a fin de cubrir las expectativas del mismo.
4. Proponer al Subdirector de Mercadotecnia, cursos y dinámicas para el personal del Organismo y sus familias, a fin de fortalecer los lazos laborales y familiares.
5. Realizar las actividades de logística y organización de los programas de capacitación a efectuar, con el objeto de cumplir con los objetivos trazados.
6. Solicitar el apoyo y/o asesoría técnica a instituciones de educación públicas o privadas, colegios de profesionistas y consultorías, a fin de enriquecer y mantener a la vanguardia la formación profesional del personal.
7. Promover, en coordinación con el Departamento de Recursos Humanos, la educación continua dentro del Organismo, mediante los cursos de capacitación correspondientes, con la finalidad de actualizar los conocimientos del personal.
8. Coordinar la elaboración de contratos y convenios que se lleven a cabo con empresas e instituciones educativas, a fin de obtener el visto bueno de su jefe inmediato.
9. Coordinar con el Jefe del Departamento de Patrocinios, Ingresos Propios y Cobranza la obtención de patrocinios que permitan el desarrollo de los cursos y/o talleres de RTV Educación Continua.
10. Generar y publicar contenidos de su competencia en la página web y en las cuentas electrónicas del Organismo, a fin de difundir información relevante de los eventos y actividades promovidas, manteniendo así informada a la sociedad.
11. Participar dentro del ámbito de su competencia, en la integración del proyecto del Presupuesto de Egresos del Organismo y en la elaboración de los indicadores de gestión, a fin de realizar la debida planeación en el área a su cargo y lograr los objetivos planteados.
12. Realizar las actividades inherentes al puesto y todas aquellas que le sean encomendadas por instancias superiores.



Coordinación interna	
CON	PARA
<ol style="list-style-type: none"> 1. El Subdirector de Mercadotecnia. 2. La Subdirección Administrativa. 3. La Subdirección de Operaciones. 4. El Jefe de la Unidad Jurídica. 5. Las diversas áreas que integran el Organismo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir instrucciones, solicitar autorizaciones, proporcionar información y coordinar actividades. 2. Solicitar los materiales e insumos a utilizar en los cursos de capacitación. 3. Solicitar apoyo técnico y de diseño. 4. Coordinar la realización de contratos y convenios con empresas e instituciones educativas. 5. Solicitar y proporcionar información para el logro de los objetivos establecidos, así como coordinar actividades.
Coordinación externa	
CON	PARA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Las Instituciones públicas y privadas. 2. Las Instituciones educativas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ofertar los programas de capacitación disponibles. 2. Obtener asesoría en los cursos de capacitación.



Directorio

DARÍO HERNÁNDEZ ZAMUDIO
SUBDIRECTOR DE MERCADOTECNIA

LUZ MARÍA MARÍN ROJAS
JEFA DEL DEPARTAMENTO DE PATROCINIOS, INGRESOS PROPIOS Y COBRANZA

ALEJANDRINA YANINA VARGAS DÓRAME
EJECUTIVO DE PROYECTOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

ROSA ISSEL CASTRO VILLARREAL
EJECUTIVO DE PROYECTOS DE JUEGOS INTERACTIVOS

LINDA TONANTZI FIGUEROA JIMÉNEZ
EJECUTIVO DE PROYECTOS DE PUBLICIDAD

PENDIENTE
JEFE DE RTV EDUCACIÓN CONTINUA



Firmas de autorización

ELABORACIÓN

ARTURO JORGE PARRA OVIEDO
SUBDIRECTOR ADMINISTRATIVO

REVISIÓN

JUAN OCTAVIO PAVÓN GONZÁLEZ
DIRECTOR GENERAL DE RADIOTELEVISIÓN
DE VERACRUZ

DARÍO HERNÁNDEZ ZAMUDIO
SUBDIRECTOR DE MERCADOTECNIA

La presente hoja de firmas constata la autorización del Manual Específico de Organización de la Subdirección de Mercadotecnia en la Cuadragésima Segunda Sesión Ordinaria de la Junta de Gobierno del Organismo Público Descentralizado Radiotelevisión de Veracruz.



Firmas de autorización

AUTORIZACIÓN JUNTA DE GOBIERNO

LIC. IVÁN HILLMAN CHAPOY
SECRETARIO TÉCNICO DE LA OFICINA DEL GOBERNADOR
REPRESENTANTE DEL GOBERNADOR CONSTITUCIONAL DEL ESTADO DE VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE
PRESIDENTE SUPLENTE DE LA JUNTA DE GOBIERNO

LIC. ROMEO GONZÁLEZ MEDRANO
REPRESENTANTE DEL SECRETARIO DE GOBIERNO
VOCAL SUPLENTE

L.C. OCTAVIO R. DELFÍN POZOS
REPRESENTANTE DEL SECRETARIO DE FINANZAS Y PLANEACIÓN
VOCAL SUPLENTE

LIC. CARLOS REYES SÁNCHEZ
REPRESENTANTE DEL SECRETARIO DE DESARROLLO ECONÓMICO Y PORTUARIO
VOCAL SUPLENTE

LIC. FELIPE RUIZ LARA
REPRESENTANTE DEL SECRETARIO DE DESARROLLO AGROPECUARIO, RURAL, FORESTAL Y PESCA
VOCAL SUPLENTE

La presente hoja de firmas constata la autorización del Manual Específico de Organización de la Subdirección de Mercadotecnia en la Cuadragésima Segunda Sesión Ordinaria de la Junta de Gobierno del Organismo Público Descentralizado Radiotelevisión de Veracruz.



Firmas de autorización

AUTORIZACIÓN
JUNTA DE GOBIERNO

LIC. CARLOS ACEVEDO HERNÁNDEZ
REPRESENTANTE DEL SECRETARIO DE
TURISMO, CULTURA Y CINEMATOGRAFÍA
VOCAL SUPLENTE

**LIC. CARLOS GUSTAVO DELGADILLO
PÉREZ**
REPRESENTANTE DE LA SECRETARIA DE
PROTECCIÓN CIVIL
VOCAL SUPLENTE

LIC. MARÍA GINA DOMÍNGUEZ COLÍO
COORDINADORA GENERAL DE
COMUNICACIÓN SOCIAL
SECRETARIA

La presente hoja de firmas constata la autorización del Manual Específico de Organización de la Subdirección de Mercadotecnia en la Cuadragésima Segunda Sesión Ordinaria de la Junta de Gobierno del Organismo Público Descentralizado Radiotelevisión de Veracruz.

Xalapa-Enríquez, Veracruz de Ignacio de la Llave, diciembre de 2012.